

**EXEMPLES DE POSTES
EN MARKETING****Adjoint marketing**

Cette personne créative relèvera le défi d'appliquer la stratégie marketing et de développer de nouvelles idées afin de promouvoir les différents produits.

MANDAT PRINCIPAL : Mettre en œuvre la stratégie marketing afin d'accroître le niveau de ventes :

- Appliquer la stratégie marketing des produits
- s'occuper du lancement des nouvelles versions
- planifier et diriger les campagnes de publicité et de marketing
- établir des réseaux de distribution pour les produits et services
- maintenir les réseaux actuels de revendeurs et de distributeurs
- établir des partenariats
- faire l'analyse des données relatives aux ventes
- élaborer le matériel publicitaire
- rédiger un bulletin mensuel d'information sur les produits et sur les promotions en cours
- effectuer des visites chez des partenaires commerciaux
- participer à des salons professionnels et aux foires technologiques
- relations avec les médias (rédaction des communiqués, suivi auprès des médias)
- faire des exposés sur les produits et services
- analyser l'évolution du marché et faire de la veille technologique
- rédiger des rapports
- conseiller la direction

Adjoint marketing

L'adjoint au marketing aide au support des différents projets du directeur marketing de la division et du coordonnateur de la marque dans leurs différents projets (suivi auprès des fournisseurs, traduction de textes, support lors de leur absence...). Il est responsable de l'ensemble des demandes de dons et commandites de l'entreprise. Il s'occupe de la recherche marketing (études de marché / recherche de données secondaires) pour le Groupe et l'équipe de gestion de la marque, et il veille à l'ensemble des efforts de relations publiques de l'entreprise.

Responsabilités:

Contribuer à la réalisation du plan marketing

Gérer et développer la base de données. Gérer les activités de e-marketing et de commerce électronique. Gérer les budgets liés aux activités de la vente d'abonnement. Superviser le travail de collaborateurs extérieurs. Proposer les activités de recherche pour améliorer la connaissance de la clientèle. Conseiller et supporter la personne responsable de la vente d'groupes.

Exigences

Baccalauréat en marketing

2 ans d'expérience

Bilingue

Expérience en marketing direct et en gestion de base de données.

Connaissance de Microsoft Office. Autonome, sens de l'organisation et leadership.

Expérience en vente

Coordonnateur marketing

Coordonner les promotions (salons commerciaux, démonstrateurs, étalages en magasin, matériel promotionnel).
Supporter les chefs de produits pour les programmes de merchandising.
Coordonner les activités liées aux expositions commerciales.
Superviser les activités de révisions des épreuves marketing, de la conception à la production.
Coordonner l'impression de documents avec les agences de publicité, les imprimeries et les éditeurs en publication.
Coordonner toutes les demandes de matériels promotionnels (envoi postaux).
Maintenir l'inventaire de photographies et autres documents électroniques, superviser la procédure concernant la littérature marketing et les échantillons.

Coordonnateur marketing

Il entretient et développe des relations d'affaires avec différents fournisseurs et la compagnie. Il participe en collaboration avec les chefs de produits à la coordination de certains projets.

De plus, il coordonne la production de documents et formulaires concernant le matériel publicitaire, les devis techniques, les demandes d'adhésions ou autres matériel administratif. Il s'assure d'établir les paramètres, de respecter les échéanciers des différentes campagnes promotionnelles et les délais d'impression.

Il établit les relations et négocie les devis et facturations avec les agences de graphisme, marketing et autres fournisseurs. Il conseille sur la faisabilité d'un projet lors du briefing initial. Il coordonne la conception et le design du matériel publicitaire ainsi que les modifications sur le matériel existant.

Le coordonnateur obtient toutes les approbations nécessaires auprès des chefs de produits, vérificateur d'orthographe, traducteur, service des adhésions ou autres concernant les bleus, films, Color Key en vue de l'impression et contrôle la qualité des documents imprimés. Il s'assure d'appliquer les normes graphiques en vigueur ainsi que les normes la compagnie et prend des arrangements afin de répondre aux besoins de l'entreprise tout en s'assurant de respecter les politiques de l'entreprise.

- Effectuer des analyses préalables à la planification du marketing.
- Coordonner des projets de développement des affaires.
- Préparer et communiquer les prévisions de ventes nécessaires aux opérations de la compagnie.

Coordonnateur marketing

Secteur: Publicité et activités promotionnelles

Coordonner la planification, le design, la préparation et le contenu des campagnes publicitaires et promotionnelles.
Coordonner les budgets des campagnes publicitaires et promotionnelles.
Choisir les médias et les supports publicitaires.
Déterminer le calendrier de publicité et approuve les contrats de publicité.
Évaluer l'efficacité des campagnes publicitaires et promotionnelles ainsi que de leur diffusion au sein de l'entreprise.
Superviser la mise à jour du site web.

Analyse de marché

Coordonner les analyses économiques, les études auprès des consommateurs et des clientèles.
Analyser l'information sur la concurrence et modifie la stratégie de marketing au besoin.
Informé la direction sur le potentiel commercial de certains produits ou services.
Analyser les tendances économiques et démographiques, les caractéristiques du marché, les habitudes des consommateurs, les chiffres de vente antérieurs et l'information relative à la concurrence.

Gestion de la gamme de produits

Recommander des additions de produits, des modifications ou des abandons.
Effectuer et analyser des études de marché sur les produits et services.

Supporter le développement des nouveaux produits dans une perspective de marketing.

Formation universitaire de 1er cycle en marketing

Expérience de 2 à 5 ans en marketing

·Maîtrise des outils informatiques et les logiciels pertinents à l'emploi

·Parfaitement bilingue autant à l'oral qu'à l'écrit

Conseiller(ère)marketing

- Élaborer le plan marketing en place et mettre en oeuvre les activités s'y rattachant.
- Analyser l'environnement, les occasions d'affaires, les forces et faiblesses, etc.
- Être à l'affût des publications sur l'impartition (synthèse et analyse des tendances).
- Participer au développement de l'offre de services.
- Collaborer au volet communications internes et externes de l'entreprise.
- Collaborer à la planification stratégique

Conseiller marketing/communication

- Assister le directeur marketing dans l'élaboration et la réalisation de divers projets.
- Réaliser et coordonner de nouveaux mandats ou projets en travaillant en collaboration avec les différents secteurs de l'entreprise, en assurant la liaison avec les fournisseurs externes et en veillant à ce que les objectifs, les calendriers et les budgets des projets soient respectés.
- Apporter un support technique en matière de marketing auprès du service des ventes et du service de développement aux courtiers; veillant à la conformité des messages avec l'image d'entreprise recherchée.
- Analyser les tendances du marché de l'assurance de dommages, les stratégies des concurrents et les produits offerts par l'entreprise. Émettre les recommandations appropriées quant à l'évolution des produits de l'entreprise et à leur mise en marché.
- Coordonner des projets pour les communications internes et externes.
- Assister la directrice des communications dans l'exploitation des commandites.

Chef marketing

Sous la supervision du directeur de l'exploitation, le chef marketing a comme principal objectif d'assurer la visibilité off et on-line des produits interactifs.

Le chef marketing élabore des plans stratégiques, collabore à la création d'outils publicitaires et promotionnels, et organise des événements de promotion off et on-line.

Le chef marketing collabore aux activités de relations publiques et participe à tisser des liens avec la presse spécialisée off et on-line.

Il développe des alliances de placements stratégiques et de partenariats pour les opérations de cross marketing et de commandites.

Il analyse les résultats des campagnes publicitaires et promotionnelles, les rapports d'audience et de fréquentation des sites. En tant que chef marketing créatif, organisé et accordant beaucoup d'importance à la qualité et au travail d'équipe, votre contribution fera partie intégrante du succès de nos projets. Vous serez évalué sur l'atteinte d'une plus grande visibilité de nos produits qui résultera en l'augmentation du chiffre d'affaires.

REQUIS:

- 4 ans et plus d'expérience pertinente
- Excellente communication verbale et écrite en anglais et en français
- Connaissance du marché américain des jeux vidéo off et on-line
- Formation universitaire en marketing
- Connaissance du jeu multi-usagers en ligne

GESTION DE PRODUITS

Associé(e) Chef de produits

Vos responsabilités consistent à supporter le chef de produits dans la gestion d'une catégorie de produits, incluant le développement d'une gamme de nouveaux produits et ses marchés potentiels. Vous aurez à participer lors de la détermination de prix de revient, des marges bénéficiaires, offrir un support adéquat lors de la coordination de la mise en marché, déterminer le cycle du produit et définir le marché cible. De plus, vous serez impliqué dans l'analyse de la compétition.

Bac. en administration, concentration marketing
Minimum de 1 an d'expérience pertinente
Bilingue tant à l'oral qu'à l'écrit
Vous êtes désireux de relever des défis, autonome et débrouillard

Assistant, chef de produits

Assiste les chefs de produits dans le maintien du succès des lignes de produits en relation avec les objectifs corporatifs, et ce en introduisant les nouveaux produits à temps, en maintenant les lignes de produits existantes à travers leur cycle de vie, et en fournissant le support marketing et technique à la force de vente.

- assiste et exécute les stratégies de marque.
- effectue des analyses sur la compétition.
- effectue des analyses périodiques du marché et des résultats de ventes et amène les recommandations appropriées.
- assiste les chefs de produits dans la mise sur pied des lancements de produits.
- assiste les chefs de produits à la production des catalogues, etc.

Baccalauréat en marketing
Bilinguisme parfait (présentations dans la langue anglaise)

Chef de produits (alimentation)

Relevant directement du directeur du marketing, son travail consiste principalement à seconder ce dernier dans la réalisation des plans marketing de l'entreprise. Ses responsabilités comprendront la pleine et entière gestion de dossier spécifiques, toujours dans l'optique de maximiser l'exploitation des ressources de l'organisation et d'atteindre les objectifs établis.

Principales fonctions

- Assiste le directeur du marketing dans l'exécution quotidienne des projets, plus particulièrement lors du lancement de nouveaux produits, du développement des emballages et de l'exécution des stratégies publicitaires et promotionnelles.
- Responsable de la gestion des marques au niveau des orientations des marques, de la gestion du portefeuille de marque, développement de nouveaux produits, imagerie et stratégies de prix.
- Préparation des revues d'affaires incluant
 - Évaluation des tendances de marché
 - Analyse des activités de la concurrence
 - Détermination des besoins des consommateurs
 - Évolution des ventes
 - Identification des opportunités de marché
- Responsable de l'analyse des données Nielsen et de la production de rapports périodiques
- Responsable du respect des budgets pour les activités sous sa juridiction
- Assume un rôle prépondérant dans le processus de vigie concurrentielle et d'intelligence de marché
- Assure un soutien dans les processus de recherche consommateurs

Baccalauréat en administration, option marketing ou MSC en marketing
Expérience en alimentation et connaissance du marché. Expérience en gestion de produits et en gestion de projets marketing.
Excellente maîtrise du français et de l'anglais (parlé et écrit)

•Excellente maîtrise des logiciels informatiques de la suite Microsoft Office, surtout Excel. Connaissance du logiciel Infact de AC Nielsen serait un atout.

Aptitudes

- Bon esprit analytique
- Autonomie, initiative, créativité, fiabilité et flexibilité
- Résistance à la pression, au stress et aux échéanciers toujours trop courts
- Aptitude à mener plusieurs dossiers simultanément
- Très bonne capacité à travailler en équipe

Chef de produits (secteur manufacturier)

Responsabilités:

Relevant du vice-président marketing, la personne choisie sera responsable de la gestion de plusieurs gammes de produits. Elle participera au développement et à la mise en œuvre des stratégies de produits, effectuera des analyses prévisionnelles de tendances du marché et assurera la liaison entre différents services internes pour tout ce qui a trait aux produits. De plus, elle développera des cours de formation et des outils de vente pour les représentants et sera appelée à diriger des sessions d'information pour les clients.

Exigences:

BAA marketing + 2 ans d'expérience minimum

Autonomie.

Sens de l'initiative.

Habilité avec les outils informatiques (gamme Office).

Excellentes aptitudes à la communication.

Esprit analytique et innovateur développé.

Chef de produits - développement

Aura pour rôle d'assurer une vision cohérente sur l'ensemble des variables technologiques des produits. Il devra s'assurer que l'ensemble des activités exécutées reflète les stratégies de l'entreprise.

Tâches :

- Préparer les plans stratégiques annuels pour l'ensemble des produits ;
- Guider la direction des produits et faire des recommandations en ce sens ;
- Définir et développer les produits en fonction du marché ;
- Suivre les tendances du marché et faire de la veille technologique.

Diplôme universitaire en informatique, en génie ou en gestion ;

3 - 5 ans comme chef de produits technique

Exigences du poste :

Avoir une bonne connaissance du marché de la gestion de l'information électronique et de ses consommateurs ;

Leadership et bon communicateur

Gestionnaire de catégorie de produits

Responsabilités

Responsable pour la vente, les profits, les objectifs de communications pour sa catégorie.

Développer et implanter un plan global de marketing annuel pour sa catégorie ainsi qu'établir les objectifs, les stratégies et les tendances du marché et les problèmes possibles. Avoir d'excellentes connaissances des marchés existants autant locales que mondiales.

Développer un plan à moyen/long terme de 3 ans pour sa catégorie.

Coordonner le lancement de nouveaux produits saisonniers.

Développer une structure pour la ligne de produits englobant les prix et les recommandations de positionnement sur le marché.

Faire des recherches qualitatives et quantitatives dont le but est de mieux connaître le marché et la clientèle.
Coordonner les efforts des équipes de conception et de développement afin de se diriger vers un but commun de maximiser les allocations de ressource et de développer des procédures opérationnelles.
Développer des programmes pour augmenter l'efficacité de communication entre les cibles de la même industrie et pour la clientèle à desservir. Aider à l'exécution de ces programmes.
Coordonner l'implantation et la gestion de programme de développement OEM;
Faire des présentations sur la nouvelle collection de produits aux réunions d'affaires relatifs aux ventes, ainsi qu'aux réunions ponctuelles de marketing.
Coordonner les outils de vente et les programmes de formation reliés aux ventes.
Travailler avec le Directeur, Ventes/Marketing et les principaux distributeurs/clients pour identifier les tendances du marché ainsi que les opportunités de développement.
Agir à titre de support aux ventes dans l'élaboration de nouvelles opportunités de développement.
Faire un suivi régulier des activités de vente et des profits relatifs au plan fiscal.

Habilités

BAA ou MBA avec 5 ans d'expérience

Doit connaître les principes avancés en marketing, ainsi que leurs applications stratégiques et tactiques.

Avoir une bonne connaissance de l'industrie de hautes technologies et des arts graphiques, ainsi que les produits concurrents associés à ce type de marché.

Voir de bons contacts et des relations existantes dans les communautés de la haute technologie, les arts graphiques, les systèmes informatiques et la télécommunications.

Bonnes habiletés de communication et de présentation.

Excellente habileté en tant que gestionnaire de temps et du personnel.

Analytique et décisif.

Esprit ouvert et créatif.

Bilingue

Directeur de produits

Le directeur de produit sera responsable du développement et du support des gammes de produits majeures de l'entreprise ainsi que de leur commercialisation auprès des comptes principaux. Le directeur de produit supervisera également une équipe de service à la clientèle externe.

Bachelier en marketing, le candidat idéal possèdera un minimum de 5 ans d'expérience, sera parfaitement bilingue, aura l'habitude de travailler dans un milieu multi-fonctionnel et possèdera une personnalité dynamique et orientée sur les résultats.

Directeur, Groupe de Produits

Notre entreprise occupe un poste de premier plan dans l'industrie des biens de consommation. Le directeur, groupe de produits veillera à réaliser tous nos programmes de marketing.

Il sera responsable des processus de lancement de produits à partir de l'élaboration de produits d'emballage jusqu'aux prévisions, en passant par la gestion des stocks. Ses solides capacités de négociateur et sa compréhension des états financiers nous permettront de réaliser nos buts en matière de coûts et de marges sur les produits.

Son expérience antérieure dans ce domaine est essentielle. Il est parfaitement bilingue et connaît le marché des biens de consommation d'un océan à l'autre.

Ses aptitudes en communication sont appuyées par un diplôme universitaire en marketing et/ou gestion et les réalisations d'équipe lui apportent beaucoup de satisfaction.

Analyste marketing (généralement offert à la M.Sc.)

Coordonner le développement du plan commercial et de la stratégie de vente de l'unité stratégique en effectuant des recherches de marché et l'analyse des résultats de vente. Supporter activement les activités de vente en coordonnant le développement et la mise en place d'outils de gestion.

Coordonner le processus des ventes et effectuer les suivis appropriés. Jouer un important rôle de coordination touchant différents aspects du marché international. Coordonner le développement de nouveaux produits et travailler étroitement avec les différents services de l'entreprise; détermine les actions de marketing requises (prix, volume, stratégie).

Analyste marketing

En collaboration avec les autres membres de l'équipe de marketing et de ventes, le candidat devra: faire la recherche de l'information pertinente pour notre industrie sur Internet; veille concurrentielle; analyser et synthétiser pour présentations aux décideurs internes; rédiger des documents, textes marketing en anglais américain; participer au référencement sur Internet.

VENTES

Représentant des ventes

Compagnie : Parmalat (produits laitiers)

SOMMAIRE : MAXIMISER EFFICACEMENT LA DISTRIBUTION DES PRODUITS DE PARMALAT À LA CLIENTÈLE ACTUELLE ET FUTURE DANS LE TERRITOIRE DÉSIGNÉ.

- Maximise le volume aussi bien que les profits pour l'ensemble de son territoire par le biais d'une approche professionnelle de ventes et des présentations basées sur les parts et les tendances de marché.
- Sollicite de nouveaux clients et reconnaît les opportunités de croissance.
- Effectue une mise en marché efficace en magasin afin de maximiser la disponibilité et la visibilité des produits Ault.
- Pratique une gestion efficace de tous les clients sur son territoire tout en respectant le cycle de visite. Développe de solides relations d'affaires par une planification maximale de chaque visite comportant des objectifs préétablis et en présentant régulièrement des revues d'affaires.
- Assure le service à la clientèle.
- Travaille conjointement avec les distributeurs et les préposés au télémarketing dans le développement de son secteur.
- Gère efficacement toutes les fonctions administratives: comptes de dépenses, revues d'affaires, rapports hebdomadaires.
- Communique de façon régulière et concise les activités importantes de la compétition, du service à la clientèle, de l'industrie ainsi que le rendement de nos produits à tous les gens concernés à l'intérieur de l'organisation.
- Gère et contrôle toutes les dépenses de ventes dans son territoire: retours, rabais, prix, équipements, crédits, dons et dépenses promotionnelles de la façon la plus économique pour l'entreprise.

Exigences : BAA en marketing, bilingue, expérience souhaitable

Représentant pharmaceutique

Responsabilités

Vous aurez l'occasion d'établir des relations productives et fructueuses avec vos clients. Cela vous permettra d'atteindre les objectifs de ventes et de part de marché établis. Vous aurez la responsabilité d'un territoire et pleine autorité pour maximiser les affaires de P&G chez une variété de clients (principalement les médecins et les pharmaciens).

Vos responsabilités se résument ainsi :

- Atteindre les objectifs de part de marché et de volume pour les marques clés de médicaments prescrits sur ordonnance
- Réaliser les objectifs de visite auprès d'une clientèle composée de médecins
- Élaborer des plans de couverture de territoire efficaces dans le but de rendre visite à un pourcentage établi de médecins et de respecter les objectifs de fréquence des visites
- Assurer une formation médicale continue aux médecins dans le but de les informer de l'état des maladies et des attributs clés des marques, et ainsi favoriser les affaires
- Tirer profit et créer des occasions d'affaires auprès des clients clés / des personnes qui influencent les affaires pour développer davantage les affaires du territoire / de l'équipe

- Élaborer des plans d'action selon le client
- Établir des relations avec les médecins et les groupes médicaux pour vendre les marques les plus importantes
- Analyser les affaires et élaborer des plans d'action dans le but de déterminer les occasions/les domaines à améliorer et répondre aux besoins
- Gérer efficacement les stocks d'échantillons et présenter régulièrement des rapports de visite
- Élaborer un plan de travail personnel
- Se perfectionner sur le plan professionnel et établir un plan de cheminement de carrière

Les principaux clients sont :

- Clients principaux – médecins généralistes/de famille et spécialistes (et le personnel du cabinet)
- Clients secondaires – pharmaciens et autres professionnels de la santé

Délégués médicaux (rep pharmaceutique)

PRINCIPALES FONCTIONS

Promouvoir nos produits et services pharmaceutiques auprès des médecins, pharmaciens et autres professionnels de la santé.

Faire valoir l'image de ---- à titre d'entreprise innovatrice axée sur la recherche, dont les produits et services répondent précisément aux besoins des patients et à ceux de la communauté médicale.

Promouvoir les produits et l'image de ----- auprès des pharmaciens en veillant au maintien de bons canaux de distribution ainsi qu'à un approvisionnement suffisant.

Atteindre et dépasser les quotas de vente en prenant les mesures nécessaires ou en employant les ressources mises à sa disposition pour assurer la disponibilité et l'utilisation des produits de l'entreprise.

Le candidat idéal est une personne dotée d'esprit d'initiative, à l'excellence à cœur, un sens aigu de l'organisation et de solides aptitudes pour la communication. Elle doit aimer évoluer dans un environnement qui bouge rapidement et désireuse de gagner les rangs d'une compagnie d'envergure internationale. Elle ne doit pas avoir peur de dire ce qu'elle pense, savoir prendre des risques et défier le status quo.

MARKETING ÉVÉNEMENTIEL

Coordonnateur-trice aux communications et événements

En matière de communication : élaboration et réalisation de programmes de communication, de promotion et de publicité; rédaction de lettres, communiqués et autres documents

- En matière d'événement : planification et réalisation de projets visant la promotion et l'information de l'industrie des technologies de la santé, notamment par l'organisation de séminaires et la participation à des salons professionnels
- Lien avec et développement du membership 1er cycle comm., journalisme ou rel.pub., rédaction, traduction, gestion de projets

Adjoint, Chef évènements et commandites

Vous avez les idées... et un diplôme tout neuf.
Nous avons les moyens. Pour virtuoses du savoir-faire.

Adjoint, Chef évènements et commandites
Service marketing
Poste permanent

Vous avez un diplôme tout neuf et vous avez la tête remplie d'idées pour des activités promotionnelles ou des commandites. Venez mettre vos idées à exécution dans une société d'envergure qui ne demande pas mieux que vous remettiez en question les méthodes habituelles.

Votre rôle sera de préparer les plans d'exploitation des commandites, puis de coordonner et de superviser l'exécution des activités de commandites tout en exerçant un contrôle serré du budget attribué. Ce poste peut vous amener à progresser au sein des équipes du marketing ou des ventes.

Votre profil :

- Habile communicateur; entregent; personnalité axée sur l'action;
- Aptitudes à la vente et à la négociation; bon sens de l'organisation et aptitudes à la coordination;
- Esprit créateur;
- Respect des engagements et des échéanciers;
- Efficacité sous pression; faculté d'adaptation;
- Talent connu en prise de décisions éclairées;
- Leadership dynamique;
- Aptitude à adapter vos initiatives aux stratégies de l'entreprise;
- Maîtrise les logiciels de Microsoft Office.

PALM Publicité Marketing

Coordonnateur/trice service Stratégies et Intégration de Marques

- Analyse des activités publicitaires de la concurrence
- Recherche d'information sur l'industrie relative au client
- Suivi de production conjointement avec le Superviseur
- Responsable de l'adaptation de matériel publicitaire divers (dépliants promotionnels, affiches, etc.)
- Suivi pour approbation des devis auprès du client et entrée de la facturation aux contrôles budgétaires
- Responsable des instructions de mise en ondes et de mise en marche du matériel publicitaire
- Organisation des rencontres client (convocations et préparation de documents)
- Responsable de la circulation de l'information à l'ensemble de l'équipe (ouverture de dossiers, rapport de ventes, rapport de concurrence, articles d'intérêt, etc.)
- Mise à jour du rapport d'activités hebdomadaires des projets de l'équipe
- Mise en forme, correction et distribution à l'interne et à l'externe de certains documents (fiches contact, mémos, etc.)
- Responsable de la mise en forme professionnelle de documents de présentations client (PowerPoint)
- Réservations d'hôtels, d'avions et de restaurants pour les membres de l'équipe
- Prépare et nettoie les salles pour certaines réunions
- Fait la réception une fois par semaine sur l'heure du midi

BAC en communication ou marketing (complété ou en voie de l'être), incluant une formation en publicité

Bilinguisme essentiel, parlé et écrit (client basé aux Etats-Unis); Français écrit excellent

Connaissance approfondie des logiciels Word, Excel et Powerpoint

Goût des défis, initiative et curiosité

Capacité de prioriser les projets et de travailler sous pression afin de rencontrer des échéanciers

Bonne disponibilité